

СПЕЦИФИКА ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ МНОГОМЕРНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

Предпринимательская деятельность является объектом пристального внимания мировой общественности ввиду неустойчивого либо кризисного положения ряда стран. Однако за время своего развития в России оно до сих пор не имеет чётких очертаний и признанно эффективных форм управления.

В силу своей многоаспектности предпринимательство рассматривается в рамках различных наук (экономики, правоведении, философии, социологии и др.), соотносясь с поставленной целью исследования и накопленными знаниями. Однако, определение границ исследовательского поля той или иной науки пока весьма затруднительно из-за дефинитивной нечеткости социальной сути этого феномена, а также ряда ключевых категорий.

Рассматривая предпринимательство как вид бизнес-активности следует отметить, что подходы к нему и к его проблемному полю в ключевых аспектах коррелируют с подходами к социальной активности в целом.

I. Монофункциональные подходы к предпринимательству.

1. Экономическая активность как средство получения прибыли – Прибыль рассматривается как торговая надбавка, которая является основной целью этой деятельности. Данная идея стояла у истоков теории предпринимательства и была предложена Р. Кантильоном [8]. Г.Л. Багиев и В.В. Томилов [6] к указанному выше условию добавляют социальный аспект: предпринимательская деятельность на любом иерархическом уровне осуществляется в тесной взаимосвязи с культурной средой, которая

складывается из внешней культуры общества и внутренней культуры бизнес-партнеров.

2. Рисковый подход – рассматривается непосредственная взаимосвязь рискованных действий с реализацией коммерческой идеи и получением прибыли. Идея предпринимательского риска активно разрабатывалась А.Смитом [9], Й. Тюненом, Г. Мангольдтом, Ф. Найтом. [6], развитие подхода в России реализовалось в трудах Т.И. Заславской [7], которая включила такие характеристики как риск, личная ответственность как основополагающие в феномене предпринимательства.

3. Концепции предпринимательской инновации. Предпринимательство позиционируется как деятельность с инновационным характером производства. Инновационность в последствии стала основным отличительным признаком предпринимательства от традиционной бизнес-деятельности, основанной на стандартизированном воспроизводстве товара и услуг (Й. Шумпетер [12, с.170]).

II. Полифункциональные подходы к предпринимательству.

1. Социологический подход к предпринимательству. (М. Вебер, Дж.Кейнс). М. Вебер определял предпринимателя как индивида, все особенности характера, проявления интеллекта, моральные и нравственные ценности которого пронизаны предпринимательским «духом» как составляющей хозяйственного «духа» капитализма, глубоко укорененном в социальных устоях, нравах, традициях народа на определенной (рыночной) ступени его хозяйственного развития. [12, с.169] «Предприниматель» рассматривается как своеобразный социально-психологический тип хозяйственника, для которого главное - набор определенных психологических качеств» [2, с.736]. Наиболее полным и признанным определением предпринимательства в рамках социологического подхода и относительно всех подходов в совокупности, на настоящий момент является понятийная конструкция основателя Гарвардского исследовательского

центра по истории предпринимательства А. Коула. Результаты исследований позволили ему прийти к выводу, что предпринимательство – это целесообразная деятельность индивида или группы ассоциированных индивидов, предпринятая с целью создать, сохранить, увеличить ориентированную на получение прибыли организованную единицу, являющуюся совокупностью ресурсов, капитала, информации и труда [1, с.26]. А. Коул, по содержанию, представил социологический подход к определению предпринимателя, поскольку он фокусировал исследовательский интерес вокруг предпринимателя как инициативного человека, который создает и развивает предприятие, имеющее целью получение прибыли.

В российской научной литературе в последние годы проблематика предпринимательства также актуализировалась вследствие экономической рецессии. В отечественной социологии предпринимательство рассматривается как социально-экономический феномен. Так, с социологической точки зрения предпринимательство определяется как форма проявления общественных отношений, возникающих в результате инициативной деятельности индивидуальных или коллективных хозяйствующих субъектов в сферах производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ, нацеленной, как правило, на получение прибыли (дохода) и осуществляемой от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность [11, с.14].

В социологии предпринимательства когорта предпринимателей определяется как специфическая функционально-статусная социальная группа, в связи с тем, что существуют два основных подхода к ее изучению: функциональный и структурный. В социологическом аспекте предпринимателя можно представить по-разному: в узком понимании это человек, обладающий определенным социальным статусом и исполняющий в обществе определенную функцию; в широком – тип личности, которому

присущ особый вид социального поведения, обусловленного наличием определенных умений и навыков.

Социальная функция предпринимательства обнаруживается в формировании нового слоя людей – людей предприимчивых, тяготеющих к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности, способных создавать собственное дело, преодолевать сопротивление среды и добиваться поставленной цели. Вместе с тем развитие предпринимательства обеспечивает рост числа рабочих мест, сокращение уровня безработицы, повышение уровня социального положения наемных работников [3, с.34].

2. Подход стабилизирующего механизма. Предприниматель позиционируется как «уравновешивающая сила», которая обеспечивает нахождение рынка в состоянии равновесия. (И. Кирцнер) [5, с.57].

III. Междисциплинарные управленческие модели предпринимателя.

1. Управление производством нового продукта путём реализации механизмов планирования, организации и контроля над выполнением деятельности. (М. Питерс, Р. Хизрич) [1, с.16]. Определенный интерес вызывает точка зрения А.В. Бусыгина [10, с.19], в профессиональном смысле, по его мнению, предпринимательство рассматривается, как умение организовать собственный бизнес и достаточно успешно осуществлять функции, связанные с ведением собственного дела.

2. Комплексно-функциональный подход. Наиболее полно отражён в исследованиях Радаева В.В. [4, с.18] предпринимательство рассматривается им как системное явление, проявляющееся в параллельном, но функционально взаимосвязанном воздействии на общественную среду. Предпринимательство позиционируется как экономическая функция и как психологический тип, как составляющая капиталистического духа, как набор исторических типов хозяйствования, как совокупность социальных групп и как идеологическая система.

Таким образом, множество дефиниций и разночтения в интерпретациях феномена предпринимательства зарубежными и отечественными учеными-экономистами свидетельствует о неопределенности понятия «предпринимательство». Наряду с этим, одни ученые отождествляют предпринимательство с бизнесом, другие приводят доводы для их употребления в качестве обособленных по содержанию и практической реализации. Нет согласия и по вопросу тождества или различий между предпринимательством, антрепренерством и менеджерством.

Причины отождествления различных понятия кроются в специфике различных подходов к природе предпринимательства в целом и молодёжного предпринимательства в частности, в стремлении к детерминизму в зависимости от базовой категории отсчёта (риск, прибыль, организационная культура и др.) (Рис. 1)

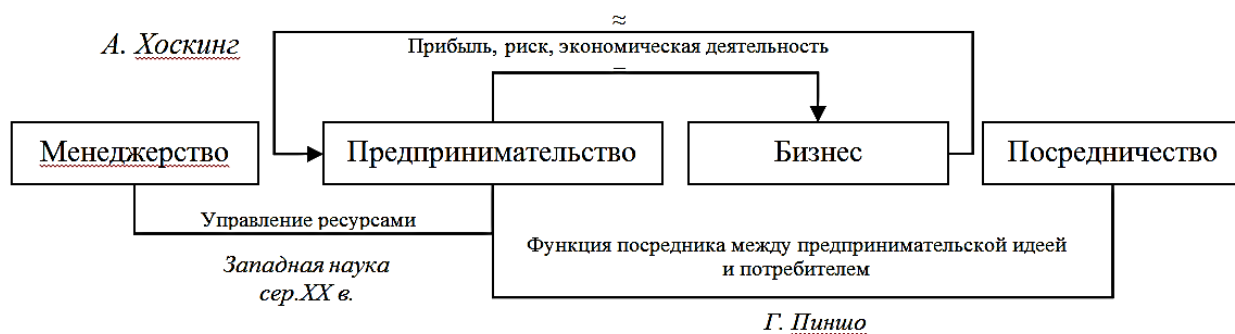


Рис. 1. Причины отождествления управленческих и бизнес-понятий в зависимости от базовых категорий отсчёта

Что касается вышеуказанных тождеств, то предпринимательство и бизнес (отождествление их идет от А.Хоскинга [7]) рассматриваются как близкие, переплетающиеся рядом общих черт и все же различные виды деятельности и образа жизни (любая предпринимательская деятельность является бизнесом, но не любой бизнес является

предпринимательством); посредничество, или антрепренерство, и предпринимательство (источник отождествления их идет от работ американского исследователя Г.Пиншо), а также менеджерство и предпринимательство (отождествление сформировалось на Западе в середине века) осознаются как характеризующие этапы исторического становления и социально-экономического развития предпринимательства через соотношения частей (бизнес, посредничество, менеджерство) и целого (предпринимательство).

В соответствии с проведённым анализом социальной активности, бизнес-активности и предпринимательской активности, возможно разведение понятий по родовым-видовым отношениям. (Рис. 2)



Рис. 2. Разграничение функционально-смысловой роли управленческих и бизнес категорий

Таким образом менеджерство в контексте управления ресурсов представляет собой наиболее общее понятие, охватывающее управленческие технологии в целом. Бизнес ориентирован на основные экономические процессы и показатели, обусловленные законом соотношения прибыльности деятельности и степени потенциального риска. В свою очередь, бизнес может быть реализован в двух основных формах: традиционной и новаторского

типа. Традиционный бизнес (в данном случае посредничество) включает деятельность по созданию типических продуктов по стандартизированной технологии и является фактором, воспроизводящим устоявшиеся формы услуг и товаров. Бизнес новаторского типа, представленный в данной классификации предпринимательством, в отличие от традиционализма сфокусирован на отказе от устоявшихся норм хозяйствования и переходе к качественно новым способам проявления активности. Для молодёжных сообществ именно предпринимательство представляет наибольшую ценность, как возможность наиболее полного раскрытия человеческого потенциала. Управление предпринимательством является одной из наиболее важных и стратегических задач социальной и экономической политики государства. Тем более, что данный вид бизнес-активности наиболее лёгок в отношении выявления проблем, барьеров и способов их устранения.

Литература

1. Бусыгин Л.В. Предпринимательство. – М.: Высшая школа, 2007. – 245 с.
2. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. / М. Вебер; Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко [Коммент. А. Ф. Филиппова]. – М.: Прогресс, 1990. – 804 с. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://soc.lib.ru/su/> (дата обращения: 23.01.2014).
3. Генералов В. В., Лычагин М. В. Предпринимательство: проблемы и методы систематизации знаний / Отв. редактор д. э. н., профессор Г. М. Мкртчян. 2-е изд., персрао. и доп., электронная версия. — Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, НГУ, 2004. — 78 с. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://www.rcsine.fu/libArt.asp?id=4465> (дата обращения: 10.02.2014).
4. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социс, 1995. №3. – С. 18–24.

5. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег = The general theory of employment, interest and money / Дж. М. Кейнс; Пер. с англ. Н. Н. Любимова под ред. Л. П. Куракова. – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 351 с.
6. Найт Ф. Понятие риска и неопределенности // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. – 1994. № 5. С. 12–28. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/thesis/msg/90874.html> (дата обращения: 27.01.2014).
7. Первый Московский форум молодых предпринимателей. [Электронный ресурс]// Режим доступа: http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_3_alld_377236.html (дата обращения: 27.01.2014).
8. Радаев В.В. Социология предпринимательства. [Электронный ресурс]// Режим доступа: http://www.ckp.ru/biblioteka/radaev_ixt/ (дата обращения: 29.01.2014).
9. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: [перевод с английского]. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://www.bookjuck.ru/liookuuyupi.html> (дата обращения: 27.01.2014).
10. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. Вып.1.: Предприниматель и предпринимательство. – М.: Прогресс-универс, 1993. – 234 с.
11. Хоскинг А. Курс предпринимательства: практическое пособие.- М.: Международные отношения, 1993. – 146 с.
12. Шумпетер Й. Теория экономического развития: (Исслед. предпринимат. прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; Перевод с нем. В. С. Автономова и др. - М.: Прогресс, 1982. – 342 с.